

GUÍA PARA LA  
**CONSTRUCCIÓN,  
SOSTENIMIENTO Y  
AMPLIFICACIÓN**  
DE REDES  
ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS.



**CONAHCYT**  
CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES  
CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS

**IBERO**  
PÚBLICA



**Cosóali**  
Red de Investigación y Desarrollo Alimentario



## UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Biblioteca Interactiva Pedro Arrupe SJ

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación

### GUÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN, SOSTENIMIENTO Y AMPLIFICACIÓN DE REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS.

#### AUTORAS:

*Rocío García Bustamante, Valeria de León Roblero, Rocío Lorena Hernández Cabrera.*

San Andrés Cholula, Puebla, México:

Universidad Iberoamericana Puebla

Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT).

1. Alimentos -- Industria y comercio -- México. 2. Abastecimiento de alimentos -- México. 3. Comercio de productos agrícolas -- México.

Responsable de proyecto: Marcela Ibarra Mateos.

La Universidad Iberoamericana Puebla agradece la colaboración y apoyo del Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) para la publicación de este libro, mediante el Proyecto Nacional Estratégico de Investigación e Incidencia en Soberanía Alimentaria "Fortalecimiento y habilitación de redes e iniciativas alimentarias de producción y consumo local de economía social y solidaria, en el marco territorial de la zona metropolitana Puebla-Tlaxcala" 316911.

Esta guía fue sometida a un proceso de dictaminación por académicos externos a la Universidad Iberoamericana, de acuerdo con las normas establecidas por el Comité Editorial de la misma.

Primera edición, mayo 2025

ISBN: 978-607-8587-96-4

D.R. © Universidad Iberoamericana Puebla

Bldv. Niño Poblano 2901, Reserva Territorial Atlíxcáyotl, San Andrés Cholula,

Puebla, México, CP 72820 Laboratorio de Innovación Económica y Social

Correo: [economia.social@iberopuebla.mx](mailto:economia.social@iberopuebla.mx), Teléfono: (222) 372 3000 Ext. 12807

"Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de la Ley Federal de Derecho de Autor, y en su caso, de los tratados internacionales aplicables; la persona que infrinja esta disposición, se hará acreedora a las sanciones legales correspondientes".

#### IMPRESO Y HECHO EN MÉXICO

Diseño y diagramación: Yamel Minutti Berra

#### AGRADECIMIENTOS:

**Gracias a las y los integrantes las Redes Alimentarias Alternativas en México:** Cooperativa de Consumo Consciente Milpa, Cooperativa de Consumo La Imposible, Mercado Alternativo de Tlalpan, Mercado Alternativo de Xochimilco, Tianguis Agroecológico de Xalapa, Red Tsiri, Colectivo Zacahuitzco, Redes Alimentarias Alternativas Cdmx y el Jilote.



# Índice

Introducción.....	6-15
<b>Capítulo uno:</b> Organización.....	16-27
<b>Capítulo dos:</b> Construcción.....	28-41
<b>Capítulo tres:</b> Amplificación.....	42-55
<b>Conclusión.....</b>	56
<b>Referencias.....</b>	57



**Para quienes buscan construir formas más sostenibles, justas, conscientes, solidarias e inclusivas de producir, intercambiar y consumir alimentos, este documento busca ser una herramienta guía para construir, sostener y amplificar Redes Alimentarias Alternativas...**

**E**s decir, organizaciones sociales que vinculan la producción con el consumo de alimentos sanos, cultural y nutrimentalmente apropiados, bajo principios de la agroecología y las economías sociales y solidarias.

Retomando la experiencia de diversas organizaciones de México, que existen desde hace más de 20 años, y con el afán de disminuir la curva de aprendizaje, esta guía muestra algunos caminos, conduce y señala elementos para tomar direcciones convenientes que permitan construir, sostener y amplificar Redes Alimentarias Alternativas (RAA) adaptadas a nuestras propias circunstancias, necesidades y capacidades. En ella, se abordan tres etapas por las que pasan todas las RAA, las cuales no se viven de manera lineal: la construcción, en donde se generan los cimientos de la organización (es la etapa más dinámica ya que la red comienza a estructurarse y a definir objetivos y acciones comunes); el sostenimiento, que refiere al proceso de mantenerse funcionando de manera constante, (en este momento se tienen claros los valores, objetivos y responsabilidades en la red); y la ampliación, en la que, además de sostenerse, la organización tiene la capacidad de expandirse (ampliando la colaboración con otras organizaciones y su incidencia en el territorio).

Con el fin de comprender mejor estas organizaciones, se presentan los elementos que las componen, así como conceptos útiles y ejemplos. Esta guía parte de reconocer la diversidad de cada territorio para construir propuestas que se adapten a él. No proponemos una receta mágica, sino más bien una brújula que oriente a quienes la lean, e invite a que la practiquen e implementen de manera colectiva a como mejor convenga.

Al ponerla en acción, proponemos construir desde la solidaridad y los vínculos de confianza, y no sólo desde los espacios mercantiles o públicos; así como, desde el accionar cotidiano y las relaciones que tejemos para sostenernos como comunidad. Invitamos a practicar con ella en colectivo, a repensarnos, reflexionar y discutir sobre los elementos presentados, a preguntarnos...

**¿En qué etapa estamos?**

**¿Qué nos hace sentido?**

**¿Qué nos puede servir?**

**¿Cómo puedo implementar esto?**

Esperamos que esta guía sea una aliada acompañante de nuestras organizaciones, que nos inspire y permita seguir construyendo soberanías alimentarias.

## Redes Alimentarias Alternativas en los territorios.

**Las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) son organizaciones de productores, consumidores o ambas, que vinculan la producción y el consumo, facilitando el acceso a alimentos agroecológicos con principios sociales, políticos, culturales y ambientales,** que beneficien a la comunidad y al entorno. Estas pueden ser: tiendas físicas, intermediarios éticos, sistemas de canastas, mercados de productores, grupos o cooperativas de consumo, agricultura de responsabilidad compartida, entre otras (López-García, 2015).

## Las formas de organización de las RAA dependen del lugar en el que surgen y se desarrollan...

Los territorios, además de ser espacios físicos, son lugares que generan sentido de pertenencia, identidad a las personas que los habitan, y poseen elementos productivos, paisajísticos, ecosistémicos e históricos. Estos elementos influyen en las características y particularidades de cada organización.

Es importante mencionar que estas redes pueden tener diversos tamaños, intenciones, dinámicas y caminos, que no necesariamente son lineales. **Aunque las redes idealmente pueden transitar de una etapa de construcción a una de sostenimiento o amplificación, esto no ocurrirá, necesariamente, de forma continua o inmediata.** Hay ocasiones en que las organizaciones, están luchando constantemente por sostenerse, o incluso, hay redes que pueden estar fortalecidas, pero debido a factores externos, se deben reorganizar para adaptarse.

Las redes se desarrollan en diálogo con el territorio, en él, se articulan con otras organizaciones, las cuales a su vez, tienen sus propios funcionamientos, ritmos y condiciones. En ocasiones, las RAA se vinculan con organizaciones en otras geografías, lo que permite crear redes de redes que pueden aumentar la resiliencia de las RAA ante condiciones externas no favorables, y con ello, reforzar el movimiento alimentario alternativo a escala territorial.

## De las etapas en el caminar de las RAA...

Las etapas (construcción, sostenimiento y amplificación) son fases que tienen características y elementos propios, las cuales se refieren a la situación en la que se encuentra la organización en determinado tiempo. Los elementos que definen a estas etapas se presentan en la **Tabla 1**.

**Tabla 1: Definiciones de elementos de las RAA**

### ELEMENTOS

### DEFINICIONES

#### 1. Organización

Grupo de personas que comparten intereses y realizan acciones coordinadas para desarrollar un vínculo cercano entre producción y consumo de alimentos.

#### 2. Diagnóstico

Proceso para identificar, conocer y analizar las condiciones del entorno, así como buscar las posibilidades en las que se pueda desarrollar el trabajo de la organización.

**Tabla 1: Definiciones de elementos de las RAA**

<b>3. Valores</b>	Principios, cualidades e ideales que guían la forma de actuar de la organización.	<b>10. Alianzas y vinculaciones</b>	Conjunto de acciones y acuerdos entre diferentes partes que persiguen fines comunes para fortalecerse.
<b>4. Espacio físico y virtual</b>	Lugar físico o virtual donde se realizan las operaciones, la comercialización o el intercambio de alimentos y saberes, al mismo tiempo, se consolidan vínculos de amistad y colaboración necesarios para la organización.	<b>11. Capacitación</b>	Conjunto de actividades prácticas y de aprendizaje que permiten desarrollar diversas capacidades y habilidades.
<b>5. Oferta</b>	Conjunto de alimentos, productos y servicios que la organización tiene la capacidad y deseo de ofrecer en su espacio.	<b>12. Sistematización y evaluación</b>	Proceso donde se recaban las experiencias y se estructuran de forma ordenada para comprender, fortalecer y transformar la propia práctica, además, de comunicarla a otros.
<b>6. Planeación y gestión</b>	Proceso colectivo en el que se establecen metas y objetivos, asignando tareas y recursos que propician la construcción y permanencia de la organización.	<b>13. Sistemas participativos de garantía y acompañamiento</b>	Proceso colectivo entre productores, consumidores y otros actores, que garantiza la calidad de los alimentos, basados en relaciones de confianza y que promueve los compromisos sociales, de salud, ecología, equidad y certidumbre ambiental.
<b>7. Intercambio y sensibilización</b>	Acciones para intercambiar en sus diferentes formas alimentos, experiencias y saberes que enriquecen a la comunidad.	<b>14. Innovación</b>	Proceso de cambio que busca dar soluciones creativas a problemas del entorno o la organización.
<b>8. Comunicación</b>	Proceso de transmitir e intercambiar información dentro y fuera de la organización.	<b>15. Amplificación / Expansión</b>	Estrategias para crecer, ampliar y fortalecer el alcance e incidencia de la organización.
<b>9. Motivación y pertenencia</b>	Energía que alienta a sostener la participación y cohesión en la organización.		

Estos elementos están presentes de manera distinta en las diferentes etapas, y evolucionan de acuerdo a las necesidades que van surgiendo en los diferentes momentos que atraviesa la organización. La **Tabla 2**, muestra los elementos que pueden utilizarse en cada etapa. Es importante recordar que éstos no son pasos a seguir, sino actividades a considerar cuando una organización desee completar y/o reforzar la etapa en la que se encuentra.

**Tabla 2: Elementos a lo largo de cada etapa.**



Construcción	Sostenimiento	Amplificación
Organización	Organización	Organización
Motivación y pertenencia	Motivación y pertenencia	Motivación y pertenencia
Valores		
Diagnostico		
Espacio físico o virtual	Espacio físico o virtual	Espacio físico o virtual
Oferta	Oferta	Oferta
Planeación y gestión	Planeación y gestión	Planeación y gestión
Intercambio y sensibilización	Intercambio y sensibilización	Intercambio y sensibilización
Comunicación	Comunicación	Comunicación
Alianzas y vinculaciones	Alianzas y vinculaciones	Alianzas y vinculaciones
Capacitación	Capacitación	Capacitación
	Sistematización y evaluación	Sistemas participativos de garantía y acompañamiento
	SPG y acompañamiento	Sistematización y evaluación
	Innovación	Innovación
		Amplificación / expansión

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo, 2024

A continuación, **desarrollamos las distintas etapas de funcionamiento de las RAA, profundizando en sus objetivos** y presentando sus elementos y subelementos, así como algunos ejemplos que dan pautas para la reflexión y la práctica colectiva.



*\*A lo largo de la guía **verás diferentes aprendizajes** que otras Redes Alimentarias Alternativas tienen para ti...*



## CAPÍTULO UNO

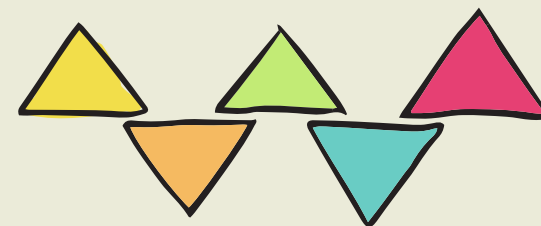
# Construcción



En esta etapa se consideran los elementos que están enfocados en sentar las bases de la organización en todos los aspectos, y en apuntalar algunas condiciones que permitan transitar al sostenimiento de la misma. A continuación se enlistan los elementos a considerar:

## 1. Organización:

Establecer bases sólidas y claras para todos sus integrantes, que indiquen el camino a seguir en la operación, gobernanza, trabajo colectivo, etc.



### Aprendizajes de otras RAA's:



- **Reconocer las diferencias** y los objetivos de los integrantes».
- **Establecer los límites de la participación** / aprender a delegar».
- **Contar desde el principio con criterios claros** para la entrada de productorxs a la red».



## 2. Diagnóstico:

Identificar ventajas, desventajas, oportunidades, amenazas, actores aliados y productores en el territorio que permitan a las RAA diseñar mecanismos de funcionamiento y adaptación a condiciones adversas.

### Aprendizajes de otras RAA's:



Analizar la(s) ubicación(es) potenciales y estructura de la organización en construcción como primeras actividades».

## 3. Valores:

Determinar los valores que serán pilares de la organización, y los cuales orientarán su acción.

## 4. Espacio físico o virtual:

Generar espacios funcionales para que todos los involucrados puedan realizar sus actividades en la RAA. Así también, desarrollar ambientes que propicien las relaciones de confianza y afectos que contribuyan a la creación de una comunidad.

## 5. Oferta:

Contar con alimentos agroecológicos intentando que sean lo más diversos posibles y que cubran las necesidades básicas de los consumidores.

## 6. Planeación y gestión:

Establecer tareas y objetivos a corto plazo que permitan el funcionamiento inicial de la organización.

### Aprendizajes de otras RAA's:



Construir formas de diálogo colectivo e informales, así como lluvias de ideas que sean factibles para realizar a corto plazo».

### 7. Intercambio y sensibilización:

Generar espacios y dinámicas de encuentro e intercambio entre productores y consumidores que propicien relaciones de confianza, así como la cercanía entre ambos actores.

### 8. Comunicación:

Desarrollar mecanismos para el flujo de información y retroalimentación dentro de la organización y fuera de ella.

#### Aprendizajes de otras RAA's:



Contar desde el principio con un equipo de comunicación y difusión».

### 9. Motivación y pertenencia

Desarrollar una identidad que represente a los integrantes de la organización (nombre, identidad gráfica, entre otras)

#### Aprendizajes de otras RAA's:



Buscar colectivamente desde el principio, misión, visión, objetivos y deseable una identidad visual.

### 10. Capacitación:

Fortalecer las capacidades, habilidades y aptitudes de las y los integrantes de la organización.

Ahora bien, en la siguiente tabla presentamos algunas actividades que se pueden realizar para cubrir cada uno de los elementos de la etapa de construcción, recordando que éstas no son limitativas ya que cada organización dependiendo su contexto y necesidades puede atender cada elemento con otras herramientas.

**Tabla 3. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de construcción de la RAA**

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
1. ORGANIZACIÓN	Características del grupo motor	Requisitos mínimos de Productores(as): Personas con valores de producción agroecológica / orgánica / alternativa, que aporten a la cultura alimentaria local, que busquen intercambios justos, capacidad de surtir productos de forma periódica y que aporten a las necesidades de canasta básica.
		Requisitos mínimos de los Consumidores(as): personas interesadas en una alimentación sana, agroecológica / orgánica / alternativa y con intercambios justos.
		Requisitos mínimos del Grupo motor de la organización: Personas con un objetivo en común, valores compartidos, disposición a colaborar en colectivo y gran compromiso.

Tabla 3. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de construcción de la RAA

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
<b>1. ORGANIZACIÓN</b>	Bases de operación	Reglamentos, acuerdos de convivencia, división y roles de trabajo, etc.
		Requisitos mínimos de los Consumidores(as): personas interesadas en una alimentación sana, agroecológica / orgánica / alternativa y con intercambios justos.
	Gobernanza (interna)	Cualquier esquema o mecanismo para la toma de decisiones colectiva, inclusión, rendición de cuentas, transparencia como: asambleas, informes, etc.
<b>2. DIAGNÓSTICO</b>	Del territorio	Físico-Geográfico: Posición geográfica, territorios colindantes, caminos / carreteras, clima etc.
		Económico: Actividad económica, en el territorio y sus colindancias, otros intercambios.
		Socio-cultural: Lengua, nivel de inclusión, festividades, organización política
		Ambiental: Elementos naturales, acceso a bienes comunitarios.
	Actores sociales involucrados	Instituciones públicas o privadas, Universidades, secretarías o dependencias de gobierno, medios de comunicación, empresas, organizaciones sin fines de lucro, otras RAA.

	Consumidores potenciales	Identificando: hábitos de consumo de alimentos, niveles socioeconómicos, niveles educativos, prácticas de compra, preferencias, motivaciones, etc. del consumidor potencial.
<b>3. VALORES</b>	Transparencia	Dentro de la RAA: Criterios de selección, criterios de evaluación, rendición de cuentas, etc. Fuera de la RAA: Transparencia con el consumidor de lo que compra / intercambia, aseguramiento de la calidad.
	Valores básicos	Visión compartida, confianza, democracia, horizontalidad, transparencia, participación, proceso de aprendizaje, respeto, responsabilidad, honestidad, solidaridad y equidad.
	Valores propios de cada RAA	Valores propios de cada RAA Acordes a la identidad, el trabajo, misión e ideología de la organización.
<b>4. ESPACIO FÍSICO O VIRTUAL</b>	Recursos necesarios operativos	Dependiendo el tipo de operación puede ser: mesas, sillas, racks, básculas, lonas, bolsas, etc.
	Infraestructura necesaria básica	Infraestructura para llevar a cabo las operaciones como: baños, estacionamiento, luz, internet, servicio de agua.
	Espacio de encuentro que fomente el diálogo y la organización	Oficina o espacio público / privado.
<b>5. OFERTA</b>	Disponibilidad de productos y alimentos variados	Procurar ofrecer productos que sean de la canasta básica y de temporada.

Tabla 3. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de construcción de la RAA

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
	Proveedores en el territorio	Productores agrícolas, pecuarios, transformadores de alimentos, productos de higiene y limpieza, proveedores de insumos para la producción o empaques.
<b>6. PLANEACIÓN Y GESTIÓN</b>	Herramientas trabajo	Herramientas trabajo Computadoras, plataformas digitales para la gestión de pedidos a domicilio, software de gestión de la operación, bases de datos, documentos administrativos y contables, etc
	Sostenibilidad económica	Apoyos nacionales por ejemplo: JCF, Apoyos internacionales: FAO, MAPFRE, subsidios estatales como “Jóvenes construyendo el futuro”, etc.
Idea de valor / modelo de negocio para la autosuficiencia financiera: Tienda en línea, mercado, tienda solidaria, sistema de canastas, etc. y las logísticas que implica.		
<b>7. INTERCAMBIO Y SENSIBILIZACIÓN</b>	Actividades que generen intercambios y sensibilización con la comunidad productores y consumidores	Diálogos, fotos, conversatorios, visitas a unidades de producción, intercambio de recetas.

<b>8. COMUNICACIÓN</b>	Medios de comunicación interna	Oficios, redes sociales como fb, instagram, mensajería instantánea como: whatsapp o telegram, correos, etc.
	Medios de comunicación externa	Redes sociales como fb, instagram, mensajería instantánea como: whatsapp o telegram, correos, no. de celular, atención presencial personalizada.
<b>9. MOTIVACIÓN Y PERTENENCIA</b>	Identidad colectiva	Identidad colectiva Nombre de la RAA, misión, visión, objetivos y corazón ideológico.
<b>10. ALIANZAS Y VINCULACIONES</b>	Vinculaciones con instituciones y organizaciones aliadas para la construcción de la organización	Universidades, secretarías, dependencias gubernamentales, medios de comunicación, entre otras.
	Vinculaciones con otras organizaciones similares ya formadas en el territorio	Otras RAA (mercados, tiendas solidarias, cooperativas de consumo u otras)
<b>11. CAPACITACIÓN</b>	Capacitación a productores(as) en los sistemas organizativos, productivos y sistema de garantía	Capacitaciones en agroecología, control biológico, SPG, organización y otros procesos productivos.





Un buen ejemplo de una organización en construcción es:

## El colectivo Ecosol.

Desde un ejercicio de capacitación para la siembra colectiva, un grupo principalmente de mujeres, coincidieron en la necesidad de tener un ingreso extra y acceder a alimentos saludables.

Para ello, se juntaron a organizar, planear y repartir responsabilidades. Antes de arrancar enlistaron los recursos que tenían disponibles y reconocieron las vinculaciones que tenían con otras productoras y actores clave, lo cual les permitiría ampliar la oferta y acceder a espacios de comercialización. Fue así como en 2016, nace el colectivo Ecosol, quienes, a través de la definición de valores, identidad, principios y criterios de integración, conjuntaron una variedad de proyectos productivos agroecológicos y artesanales que, organizados y colectivizando mesas, sillas e infraestructura básica, comenzaron a vender e intercambiar en una de las sedes de la cooperativa de crédito y ahorro Caja Depac Poblana (aliada del colectivo).

Para conocer más de este proyecto, visita:  
<https://www.facebook.com/ColectivoEcosol/>

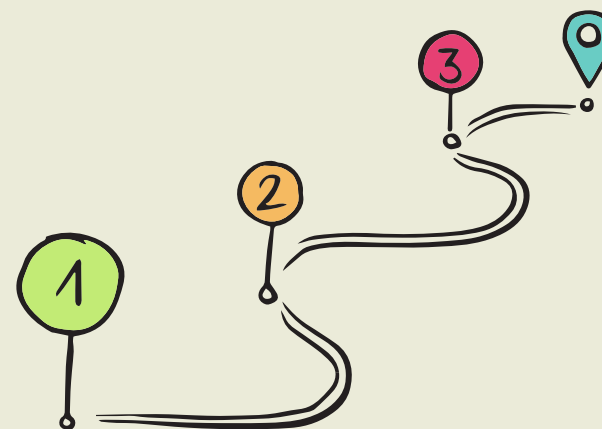


# Sostenimiento



Esta etapa implica el mantenimiento de la red, es decir, hacer que sea funcional y constante, que el trabajo se dé sin mayores complicaciones, que los procesos y responsabilidades sean claras. En este momento la organización está consolidada, tiene clara la misión y visión, así como la operación que requiere para existir.

No hay un tiempo definido para llegar a esta etapa, cada organización llegará ahí a su paso...



Para saber que te encuentras en este momento, identifica los ejemplos y objetivos de cada elemento.

Los objetivos de los elementos en la etapa de sostenimiento son:

## 1. Organización:

Sostener el trabajo y las operaciones de la organización desde diferentes áreas y comités.

### Aprendizajes de otras RAA:



Generar un pago o remuneración para la/s persona/s que realizan actividades clave en la organización».

### 2. Espacio físico o virtual:

Adecuar los espacios a las necesidades de trabajo, y dar mantenimiento a lo que sea requerido

### 3. Oferta:

Ofertar de manera constante diversos alimentos saludables que permitan abastecer la canasta básica

### Aprendizajes de otras RAA:



Contar mayoritariamente, por ejemplo el 80%, con productos alimenticios y de la canasta básica».

### 4. Planeación y gestión:

Diseñar agendas y objetivos a corto, mediano y largo plazo

### Aprendizajes de otras RAA:



Establecer con regularidad reuniones de trabajo, de común acuerdo con una agenda anual factible y aterrizada a las posibilidades del colectivo».



### 5. Intercambio y sensibilización:

Mantener espacios y dinámicas de encuentros e intercambios entre productores y consumidores que no necesariamente sean monetarios, y que abonen a atender diferentes necesidades de la comunidad.

### 6. Comunicación:

Desarrollar estrategias efectivas para comunicarse de manera clara y directa dentro de la organización, así como para visibilizar su trabajo y valores fuera de ella.

### Aprendizajes de otras RAA's:



Enfocar los esfuerzos en acercarse a consumidores que comparten nuestros valores y motivación».

## 7. Motivación y pertenencia

Nutrir una comunidad participativa y comprometida que basa sus relaciones en la cercanía, en la confianza y que se relaciona más allá de lo laboral.

## 8. Alianzas y motivaciones:

Alimentar y construir alianzas con diversos actores con el fin de reforzar las acciones de la organización.

### Aprendizajes de otras RAA's:



**Vincularnos con diferentes perfiles de organizaciones y / o actores** aunque no fueran de productores o consumidores, para invitar a más personas a sensibilizarse sobre nuestro movimiento».

## 9. Capacitación:

Realizar de manera constante, programada y sistematizada procesos formativos, con la organización y con otros colectivos que respondan a las necesidades e intereses de la comunidad.



### Aprendizajes de otras RAA:

**Realizar talleres de introducción a nuevos productores, que integren los valores del colectivo, así como la historia del mismo».**

## 10. Sistematización y evaluación:

Conocer, analizar y evaluar el trabajo e impacto de la organización para sostenerla e identificar áreas de oportunidad para mejorar su quehacer.

### Aprendizajes de otras RAA:



**Tener orden con la información generada** (documentos, fotografías, etc.), y claridad en quién gestionará todo ello (claves, cuentas...)».

## 11. Sistema Participativo de Garantía y acompañamiento:

Acompañar a productores en la transición a prácticas agroecológicas, mientras se garantiza la calidad de los alimentos, se construyen relaciones de confianza y se sostiene económicamente el trabajo de la organización.

### Aprendizajes de otras RAA:



Involucrar a productores al proceso de acompañamiento e intercambio continuo de información, conocimientos y saberes»

## 12. Innovación:

Atender colectivamente y de manera sostenida necesidades de la organización mediante la mejora, transformación o creación de productos o servicios.

**Tabla 4. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de sostenimiento de la RAA**

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
1. ORGANIZACIÓN	Estructura organizacional	Organigrama, definición de roles, selección de Comités, comisiones o áreas. Como: comité de comunicación, comité de vigilancia, comité administrativo, etc
	Gobernanza democrática	Asambleas, toma de decisiones colectivas, herramientas para resolución de conflictos.
	Características de grupo gestor	Características de grupo gestor Comprometido, responsable, proactivo, con principios agroecológicos y de ESS.

2. ESPACIO FÍSICO O VIRTUAL	Adecuación de infraestructura, mobiliario y equipo	Faenas o tequios, comités de mantenimiento, cooperación colectiva para financiar el trabajo e insumos, etc.
	Espacio de encuentro para el diálogo y la organización	Espacios adecuados para la interacción, la recreación, los momentos de trabajo y de celebración.
	Espacio constante y permanente	Espacio privado, colectivo o que sea independiente del Estado, que se otorgue mediante alianzas, renta, comodatos u otras posibles relaciones de uso y esté disponible de manera constante y permanente
3. OFERTA	Alimentos locales, cultural y nutrimentalmente apropiados	Alimentos endémicos, tradicionales, de temporada, saludables, sabrosos, libres de agrotóxicos, certificados, etc.
	Oferta diversa	Tener variedad de frutas, verduras, alimentos procesados, carnes, lácteos, productos de higiene, salud y belleza.
4. PLANEACIÓN Y GESTIÓN	Planeación de actividades	Agendas mensuales o anuales, de contenido, actividades o encuentros de la organización y programa de actividades.

Tabla 4. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de sostenimiento de la RAA

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
<b>4. PLANEACIÓN Y GESTIÓN</b>	Planeación estratégica	Planeación estratégica colectiva del trabajo, el impacto e incidencia que se busca alcanzar a mediano plazo en su territorio.
	Sostenibilidad económica	Tener punto de equilibrio, registro de gastos e ingresos, presupuestos y metas financieras, estrategias comerciales.
	Herramientas de trabajo	Formatos, cuadernillos de trabajo, software, plataformas digitales de almacenamiento, compra, planeación o seguimiento.
<b>5. INTERCAMBIO Y SENSIBILIZACIÓN</b>	Espacios de intercambio colectivo de experiencias, saberes y herramientas	Diálogos, foros, conversatorios, presentaciones artísticas, talleres y visitas colectivas a áreas productivas.
	Otras formas de intercambio	Trueques, monedas alternativas.
<b>6. COMUNICACIÓN</b>	Canales de comunicación externa	Radio, tv, redes sociales, página web.
	Información y transparencia	Tarjetones, carteles con información sobre los proyectos y calidad de productos.

<b>6. COMUNICACIÓN</b>	Canales de comunicación interna	Grupos de whatsapp, carpetas colectivas en la "nube", correo, grupos de Facebook.
	Promoción	Volanteo, rifas, descuentos, tarjetas de fidelidad, cupones.
	Herramientas de retroalimentación	Buzón de quejas y sugerencias, espacios de diálogo.
<b>7. MOTIVACIÓN Y PERTENENCIA</b>	Cohesión y estrechamiento de lazos	Celebración de aniversario, cumpleaños de los integrantes o días festivos.
	Cuidados colectivos	Cuidado de infancias, botiquín, espacios para cuidado emocional.
<b>8. MOTIVACIÓN Y PERTENENCIA</b>	Vinculaciones con instituciones y organizaciones aliadas	Asistencia a encuentros, talleres, generar espacios de diálogo y encuentro.
	Vinculaciones con otras organizaciones ya formadas	Asistencia a foros, encuentros, articulación en redes.
<b>9. CAPACITACIÓN</b>	Espacios formativos profesionalizantes y de diversas disciplinas	Talleres y cursos especializados impartidos por expertos.

Tabla 4. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de sostenimiento de la RAA

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
<b>9. SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN</b>	Evaluación para establecimiento objetivos y alcances	Encuestas, grupos focales e indicadores
	Sistematización	Bitácoras, manuales o reglas de operación. Sistematización de roles, procesos, aprendizajes, etc.
	Acompañamiento a y entre productores bajo principios agroecológicos	Visitas de certificación y acompañamiento a productores que son parte de la organización.
<b>10. SISTEMA PARTICIPATIVO DE GARANTÍA Y ACOMPAÑAMIENTO</b>	Vinculaciones o estrategias para sostener los SPG	Aportaciones económicas para cada visita, venta de productos que permitan invertir la ganancia en el SPG, vinculaciones con universidades o instituciones que cubran gastos operativos, etc.
	Regulación y gestión del sistema	Regulación y gestión del sistema Lineamientos de los Sistemas de Certificación Orgánica Participativa / Metodología SPG
<b>11 INNOVACIÓN</b>	Formación de cadenas de valor	Producir los insumos, transformarlos y brindar el servicio en donde se ofrezca lo producido.

<b>11 INNOVACIÓN</b>	Diseño de estrategias de venta	Estrategias colectivas para promocionar o vender con otros proyectos productivos o redes.
	Innovación de productos y servicios ofrecidos	Transformar productos, agregar otro sabor, hacer otra presentación.



Un buen ejemplo de una organización sostenida es:

## La Cooperativa de Consumo La Imposible.

Surgió en 2015 en la Ciudad de México, en ella participan 31 proyectos productivos, que surten quincenalmente una diversidad constante de alimentos a más de 60 familias.

La gestión la lleva un grupo de consumidoras organizadas por comisiones que cubren las diversas áreas operativas, lo cual facilita su operación y funcionamiento. Además, poco a poco han modificado e incorporado herramientas digitales para agilizar su trabajo (la contabilidad en hojas de cálculo y la toma de pedidos a través de un formulario en línea y tablas dinámicas). Desde sus inicios, le han dado importancia a la sistematización de sus procesos, particularmente los flujos económicos, el reglamento de su sistema de crédito a productoras y la toma de decisiones. También implementan constantemente mecanismos para conocer los perfiles y necesidades de sus productoras y consumidoras. Actualmente se vinculan con diversas redes en su territorio con el objetivo de generar nuevos procesos para acompañar a productores en la verificación de su producción (con Sistemas Participativos de Garantía), así como sostenerse, seguir aprendiendo y mejorando. También han impartido, por varios años, un taller gratuito para que otras organizaciones puedan crear sus propias Redes Alimentarias Alternativas.

Para conocer más de este proyecto, visita:  
[www.facebook.com/laimposiblecooperativa](https://www.facebook.com/laimposiblecooperativa)

Creditos de fotos: Daniel Torres

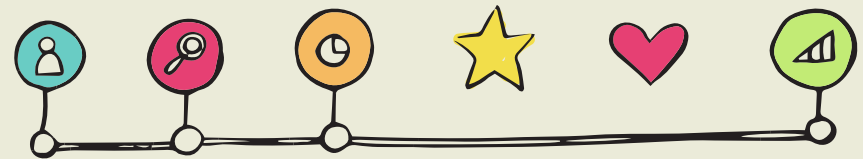


# Amplificación



La etapa de amplificación, se refiere al momento en que la red tiene más elementos para sostenerse en el tiempo, pero además, se extiende y potencia su impacto, cuenta con vínculos en el territorio que le permitan sobreponerse a adversidades, es decir, es más resiliente, puede expandirse y compartir experiencias con otras iniciativas y redes. La ampliación no se refiere necesariamente al aumento en el número de participantes, sino al impacto en el territorio, al número de vínculos y a la complejidad de sus actividades.

En esta etapa, las actividades se vuelven más sistemáticas y profesionalizadas, además de que su impacto se considera mayor al tener presencia territorial. En esta, se realizan actividades básicas de la etapa de sostenimiento, pero además se instituyen actividades complementarias propias de la ampliación. Los objetivos de cada etapa son:



## 1. Organización:

Reforzar las capacidades y habilidades de la organización para buscar la profesionalización.

## 2. Espacio físico o virtual:

Gestionar de manera autónoma el espacio físico y virtual, así como complementar la infraestructura y los recursos necesarios para operar.

### 3. Oferta:

Generar vínculos y alianzas productivas para robustecer la oferta, fomentar la cultura alimentaria y la biodiversidad de los agroecosistemas.

### 4. Planeación y gestión:

Implementar procesos de planeación estratégica que permita fortalecer el trabajo e impacto de la organización.

### 5. Intercambio y sensibilización:

Nutrir de manera constante, programada y sistematizada los espacios de dinámicas, encuentros e intercambios.

### 6. Comunicación:

Reforzar los canales de comunicación para que la información fluya de manera clara y cercana entre todas las partes.

### 7. Motivación y pertenencia

Afianzar, a través de diversas formas el sentido de pertenencia como movimiento o sector específico.

### 8. Alianzas y motivaciones:

Ampliar las alianzas estratégicas con actores clave a nivel local, regional e internacional para fortalecer el impacto de la organización.

### 9. Capacitación:

Focalizar estrategias formativas en las necesidades específicas de la organización, que permitan incrementar sus capacidades técnicas.



### 10. Sistemas participativos de garantía y acompañamiento.

Fortalecer procesos de innovación a nivel organizacional y comunitario.

#### Aprendizajes de otras RAA:



Compartir con otros Sistemas Participativos de Garantía en otros territorios».



## 11. Sistematización y evaluación:

Reforzar las estrategias de sistematización, análisis y evaluación para tener información pertinente que permita mejorar continuamente el trabajo e incidencia de la organización.

## 12. Innovación:

Fortalecer procesos de innovación a nivel organizacional y comunitario.

### Aprendizajes de otras RAA:



Realizar actividades que diversifiquen otras áreas de incidencia».

## 13. Amplificación / expansión:

Diseñar estrategias para ampliar y fortalecer el alcance e incidencia de la organización y estructuración de redes.

### Aprendizajes de otras RAA:



Para poder amplificar a la red es recomendable buscar financiamientos y otro tipo de apoyos, que potencialicen el trabajo de la organización. Sin embargo, es importante considerar que existen muchas condiciones adversas, que pudieran facilitar o obstaculizar este proceso».

Los elementos y subelementos de esta etapa de amplificación se refieren a la consolidación y profesionalización de las actividades. A continuación presentamos algunos ejemplos:

**Tabla 5. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de amplificación**

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
1. ORGANIZACIÓN	Características del grupo motor.	Grupo profesionalizado, capacitado, comprometido y motivado.
	Estructura organizacional.	Organigrama, definición de roles, selección de Comités, comisiones o áreas, como: comité de comunicación, comité de vigilancia, comité administrativo, etc.
	Gobernanza y conciliación.	Estructura para la gobernanza, incluyendo: asambleas, toma de decisiones colectivas, herramientas para resolución de conflictos y para la conciliación.
2. ESPACIO FÍSICO Y VIRTUAL	Independencia de decisiones del espacio.	Espacio propio o rentado, en donde se puedan tomar decisiones propias.
	Mantenimiento y mejoramiento del espacio	Capitalización para compra y mantenimiento de infraestructura.

Tabla 5. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de amplificación

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
<b>3. OFERTA</b>	Conocimiento de la oferta y la demanda.	Conocer la oferta anual de los diferentes productores, a través de un formato de plan de manejo. Coordinarse en la producción para ofertar la canasta básica.
	Oferta constante y planeada.	Coordinarse en la producción para ofertar la canasta básica.
<b>4. PLANEACIÓN Y GESTIÓN</b>	Profesionalización en la planeación y gestión con mira a largo plazo y con otros actores.	Actividades de planeación y gestión de manera consistente y profesionalizada, tomando en cuenta a otros actores sociales y a un largo plazo.
	Sostenibilidad económica.	Tener punto de equilibrio, registro de gastos e ingresos, presupuestos y metas financieras, estrategias comerciales y logísticas.
	Herramientas de trabajo.	Herramientas de trabajo. Formatos, cuadernillos de trabajo, software, plataformas digitales de almacenamiento, compra, planeación o seguimiento.
<b>5. INTERCAMBIO Y SENSIBILIZACIÓN</b>	Intercambio y dispersión de saberes, prácticas, reflexiones, metodologías, narrativas para la sensibilización.	Visitas, saberes locales, experiencias, diálogos, reflexiones colectivas con actores sociales más allá del territorio.

<b>6. COMUNICACIÓN</b>	Explorar otras formas de intercambio.	Trueques, monedas alternativas y la diversidad de mercados, tiendas solidarias, cooperativas de consumo, distribuciones colectivas y centros de acopio.
	Profesionalización de la comunicación externa.	Boletines mensuales, diversificación de medios de comunicación.
	Profesionalizar sistemas de información interna y transparencia.	Mails internos, grupos de whatsapp, manuales, redes sociales internas, plataformas colaborativas, encuestas, etc
	Mantener promoción constante y sistematizada.	Descuentos, tarjetas de fidelidad.
<b>7. MOTIVACIÓN Y PERTENENCIA</b>	Herramientas de comunicación para la retroalimentación.	Buzón de quejas y sugerencias, espacios de diálogo.
	Cuidados colectivos.	Lugares de cuidado de las infancias. Actividades de apoyo colectivo en caso de emergencias.
	Lealtad y sentido de pertenencia entre la comunidad (productores, consumidores, gestores).	Unificación del colectivo a través de festejos y diversas formas de intercambio.

Tabla 5. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de amplificación

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
<b>8. ALIANZAS Y VINCULACIÓN</b>	Vinculaciones con instituciones y organizaciones de otros sectores para la construcción de redes.	Convenios y / o acuerdos con universidades e Instituciones locales, regionales y/o internacionales.
	Vinculaciones con otras redes alimentarias consolidadas y organizaciones que trabajan en el mismo sector.	Redes Alimentarias Alternativas / Cosoali.
<b>9. CAPACITACIÓN</b>	Espacios formativos profesionalizantes y de diversas disciplinas y temas más complejos (derechos humanos, equidad).	Talleres y cursos especializados impartidos por expertos, incluyendo otras más allá de lo productivo comercial como: derechos humanos, equidad, metodologías feministas, etc.
<b>10. SISTEMA PARTICIPATIVO DE GARANTÍA Y ACOMPAÑAMIENTO</b>	Acompañar a otras redes y organizaciones.	Talleres para la formación y acompañamiento de sistemas participativos de garantía, de acuerdo a las particularidades de la organización y el territorio.
	Estrategias para sostener y fortalecer los SPG.	Buscar formas de financiamiento para el SPG, como talleres, capacitaciones, etc

	Profesionalización y gestión del sistema.	Lineamientos de los Sistemas de Certificación Orgánica Participativa / Metodología SPG.
<b>11. SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN</b>	Evaluación para establecer objetivos y alcances	Desarrollar indicadores y estrategias de evaluación de los mismos, por ejemplo, cuestionarios, sondeos, etc.
	Uso eficiente de recursos disponibles.	
<b>12. INNOVACIÓN</b>	Indagar en otras formas de hacer economía y cuidado colectivo.	Estrategias como donaciones, descuentos, apoyos, para hacer los alimentos accesibles a diversos estratos de la población.
	Innovación de productos y servicios ofrecidos.	Desarrollo de productos procesados que incluyan insumos de varios productores y/o redes e indaguen formas diferentes, sabores, presentaciones, etc.
	Diseño de estrategias de venta.	Estrategias colectivas para promocionar o vender con otros proyectos productivos o redes.
	Formación de cadenas de valor.	Producir los insumos, transformarlos y brindar el servicio en donde se ofrezca e intercambien lo producido, de manera democrática y transparente.

**Tabla 5. Elementos, subelementos y ejemplos para la etapa de amplificación**

ELEMENTOS	SUBELEMENTOS	EJEMPLOS
<b>13.AMPLIFICACIÓN / EXPANSIÓN</b>	Explorar otras formas de cooperación e incidencia.	Acercarse a diputados o miembros de instituciones gubernamentales, para hacer propuestas de apoyos institucionales a las RAA.
	Distribución regional.	Distribución regional. Establecer sistemas de intercambio de productos y de información para intercambiar productos a nivel territorial.
	Replicación del modelo, presencia, incidencia en diversas formas.	Dar talleres, capacitaciones a otras organizaciones y redes, para compartir lo aprendido y que reduzcan su curva de aprendizaje.
	Incidencia en políticas públicas.	Acercar información pertinente.
	Crecimiento de la organización (más personas y redes).	Crecimiento en la oferta y en número de consumidores y de formas de comercialización a nivel territorial.





Como ejemplo de la etapa de amplificación, encontramos al:

## Tianguis Alternativo de Puebla (TAP).

Cuenta con 17 años de experiencia y tiene un equipo consolidado, el cual, funciona a través de comités; además, aunque perfectible, cuenta con un proceso de planeación y un Sistema Participativo de Garantía que acompaña a productores locales.

Si bien, el trabajo de esta organización se ha sostenido por varios años, es en los últimos tres, en donde ha buscado afianzar las alianzas y vinculaciones con otras redes, organizaciones e instituciones en el territorio, así como acompañar procesos afines. Aunque su quehacer estaba sostenido, se dieron cuenta que cada vez había mayor interés por parte de otros colectivos para generar otros espacios que vinculan la producción con el consumo, por lo que, el colectivo además de sus actividades base, se articularon con diversas iniciativas de Puebla y Tlaxcala para intercambiar, diversificar la oferta, visibilizarse en conjunto y acompañarse. Algo que favoreció este proceso, es la participación del TAP en un Programa Nacional Estratégico de Investigación e Incidencia PRONACE (316911), el cual, facilitó los intercambios y coadyuvó a la constitución de una red territorial llamada Cosoalli (Construyendo Soberanía Alimentaria), en el territorio de Puebla y Tlaxcala.



Para conocer más de este proyecto, visita:  
<https://www.facebook.com/tianguispuebla> o [www.tianguisalternativo.org](http://www.tianguisalternativo.org)

**M**ediante el apoyo de CONAHCYT y la Ibero Puebla, esta guía fue construida desde y para las organizaciones sociales, que aquí nombramos como **Redes Alimentarias Alternativas**, con el fin de que sea una herramienta para acompañar, gestionar y sembrar formas solidarias, dignas y cuidadosas de vincular la producción con el consumo.

Reconociendo la particularidad que conlleva cada territorio, comunidad e individuo, ésta busca ser un documento explicativo más no limitativo por lo que cada organización puede transformarla, rediseñarla y adecuarla a sus necesidades, procurando conservar los valores que las RAA promueven. Asimismo, sabemos que pueden existir diversos retos o limitantes, como coyunturas políticas, crisis socioeconómicas o ambientales, prácticas de violencia, de despojo entre otras, que dificulten la articulación y prácticas de las organizaciones, sin embargo, apostamos que estas formas de configurarnos son las que nos llevan no solo a resistir, sino a construir nuestras soberanías alimentarias y buenas vidas.

#### Referencias:

López-García, D. (2015). Producir alimentos, reproducir comunidad. Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transición social y ecológica. Libros en Acción. [https://www.researchgate.net/publication/281742006\\_Producir\\_alimentos\\_reproducir\\_comunidad\\_Reddes\\_alimentarias\\_alternativas\\_como\\_formas\\_economicas\\_para\\_la\\_transicion\\_social\\_y\\_ecologica](https://www.researchgate.net/publication/281742006_Producir_alimentos_reproducir_comunidad_Reddes_alimentarias_alternativas_como_formas_economicas_para_la_transicion_social_y_ecologica).



